À VOS MARQUES, PRÊTS, PLANEZ !

PAR **MINA SIDI ALI**

Les trois fondateurs de la société : (de g. à d.) Caspar Coppetti, Olivier Bernhard et David Allemann
©Paul Merki

La course ? Le sport de tous les superlatifs, l'activité à valeur ajoutée par excellence : le plus fatigant, éprouvant, exaltant, enivrant ! Qui s'y aligne ? Des pros, bien sûr, des passionnés, évidemment, de réguliers joggeurs du dimanche, mais aussi des novices de tout âge. On le pratique quand on veut (pas d'horaires de club), où on veut (même en voyage) et les résultats sont pluriels, rapides et spectaculaires : perte de poids, teint éclatant, silhouette plus tonique, antidépresseur et déstressant instantané. Difficile de faire plus probant. Mais dans cet univers rebond, rares sont ceux qui parviennent à oxygéner un marché du sportswear saturé. La concurrence s'échauffe, les rivaux font leurs assouplissements et une petite marque suisse – On – contre-attaque ! En bandant le muscle de la tendance, elle parvient à se détacher d'un peloton en manque d'innovation. Née en 2010 de l'esprit d'un trio d'amis (Olivier Bernhard, David Allemann et Caspar Coppetti), l'enseigne se fraye un sillon dans la chaussure de running en offrant un nouveau ressenti qui ancre le plaisir au cœur ce gigotement individuel et collectif un brin maso qu'est la course. Aujourd'hui, primé par plusieurs prix pour sa conception et sa technologie, On est porté par plus de trois million de personnes à travers le monde. Fair-play, on a mouillé le maillot trois jours durant à Majorque pour tester ses nouveaux prototypes et valider leur tenue aérienne. Entretien à bout de souffle avec Caspar Coppetti, l'un des trois membres fondateurs de la marque.